

รายงานความก้าวหน้า

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์
ปีงบประมาณ 2567
(ประจำเดือนพฤษภาคม 2567)

รายงานการเบิกจ่ายงบประมาณ พ.ศ. 2567

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ (ส่วน สวพ.)

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร รวม 5,900,000 บาท

งบลงคณะจำนวน 2,519,016 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.70 (ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว)

งบประมาณที่ สวพ.บริหาร มี 2 ส่วน ได้แก่

- 1) งบประมาณพัฒนาแพลตฟอร์ม 900,000 บาท ร้อยละ 15.25
- 2) งบประมาณที่ สวพ.บริหาร 2,480,984 บาท ร้อยละ 42.05

รวมงบประมาณที่ สวพ. บริหาร 3,380,984 บาท ร้อยละ 57.31

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 1 (ต.ค.-ธ.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 41,209.10 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.22

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 2 (ม.ค.-มี.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 188,455.88 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.57

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)

งบประมาณที่ใช้ 412,976.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.21

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

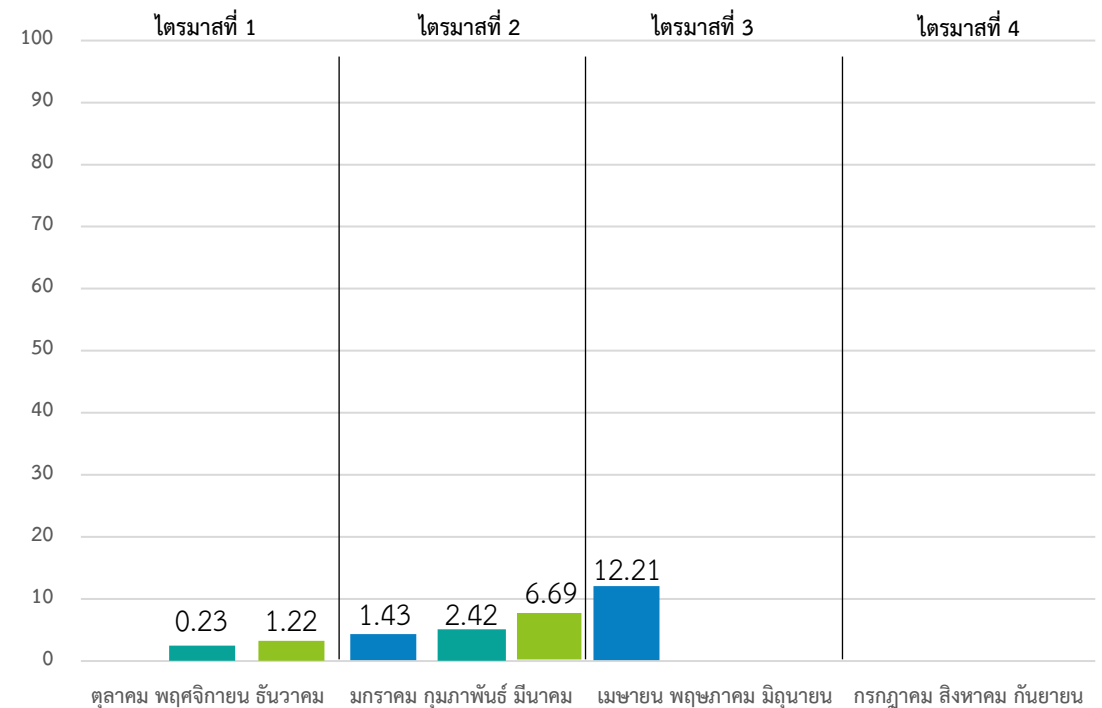
งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 642,640.98 บาท (คิดเป็นร้อยละ 19.00)

งบประมาณคงเหลือ 2,738,343.02 บาท (คิดเป็นร้อยละ 81.00)

รายงานการเบิกจ่าย เฉพาะเดือนเมษายน 2567
งบประมาณที่ใช้ 412,976.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.21

ผลการใช้จ่ายงบประมาณรวมทั้งหมด (ร้อยละ)



*จำนวนเฉพาะงบประมาณที่ สวพ. บริหารจัดการ

■ เดือนที่ 1 ■ เดือนที่ 2 ■ เดือนที่ 3

ผลการเบิกจ่ายงบประมาณที่จัดสรรลงคณะ/วิทยาลัย โครงการ OTOP					รวม
ลำดับ	คณะ	รูปแบบ	งบที่ได้รับการอนุมัติ	ผลการเบิกจ่าย	(ร้อยละการเบิกจ่าย)
1	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ผลิตภัณฑ์เก่า	380,920	70,474.65	121,930.65 (15.89%)
		ผลิตภัณฑ์ใหม่	381,960	51,456.00	
2	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ผลิตภัณฑ์เก่า	260,000	38,864.00	47,864.00 (8.92%)
		ผลิตภัณฑ์ใหม่	276,394	9,000	
3	คณะสาธารณสุขศาสตร์	ผลิตภัณฑ์ใหม่	119,950	0	
4	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	ผลิตภัณฑ์เก่า	50,000	0	
5	คณะวิทยาการจัดการ	ผลิตภัณฑ์เก่า	157,968	0	
6	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ	ผลิตภัณฑ์ใหม่	105,036	0	
7	คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	ผลิตภัณฑ์เก่า	105,704	0	
		ผลิตภัณฑ์ใหม่	341,084	0	
8	มรภ.วไลยอลงกรณ์ฯ สระแก้ว	ผลิตภัณฑ์เก่า	240,000	0	
		ผลิตภัณฑ์ใหม่	100,000	0	
รวม (ทุกผลิตภัณฑ์)			2,519,016	169,794.65	169,794.65 (6.74%)

** ข้อมูล ณ วันที่ 29 เมษายน 2567

TimeLine แผนการดำเนินงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์

เป้าหมายของโครงการ 2567

ผลลัพธ์

2566
ต.ค.-ธ.ค.

สิ่งที่ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว
เดือนมกราคม
1. และ PM นำเสนอ Project Brief และจัดสรรงบประมาณลงคณะ

เดือนกุมภาพันธ์
1. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) และทีมดำเนินงาน ลงพื้นที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 1
2. พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว

เดือนมีนาคม
1. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) และทีมดำเนินงาน ลงพื้นที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 1 (ต่อ)

2567
เม.ย.-มิ.ย.

เดือนกรกฎาคม
1. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) และทีมดำเนินงาน ลงพื้นที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 3
2. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (Product Manager : PM) ถ่ายทอดองค์ความรู้ และจัดทำสื่อวีดิทัศน์เพื่อสร้างการรับรู้
3. รวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น ให้เข้าถึง แอปพลิเคชัน e-Marketplace และ RJ 38
4. การจัดนิทรรศการ VRU Showcase
5. ประชุมคณะกรรมการดำเนินโครงการ (ทีมกลาง) ครั้งที่ 4 และให้ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) รายงานความก้าวหน้าในการดำเนินงาน และการใช้จ่ายงบประมาณ ครั้งที่ 2

เดือนสิงหาคม
1. ประชุมคณะกรรมการดำเนินโครงการ (ทีมกลาง) ครั้งที่ 5 และให้ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) รายงานสรุปการดำเนินงาน รายได้ที่เพิ่มขึ้น และการใช้จ่ายงบประมาณ ตามตัวชี้วัด (ต้นเดือนสิงหาคม)
2. การจัดทำสื่อวีดิทัศน์เพื่อสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์
3. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ จัดทำรายงานการวิจัยและบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่

สิ่งที่ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว
เดือนพฤศจิกายน
ประชุมคณะกรรมการดำเนินโครงการ (ทีมกลาง)
วางแผนการดำเนินโครงการฯ ครั้งที่ 1

เดือนธันวาคม
1. ศึกษา สํารวจ รวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน จาก พช. จังหวัดปทุมธานี และพช. จังหวัดสระแก้ว
2. คัดกรองและสรุปข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดปทุมธานีและสระแก้ว เพื่อเตรียมประชุมและลงพื้นที่
3. คัดเลือกผลิตภัณฑ์

2567
ม.ค.-มี.ค.

สิ่งที่ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว
เดือนเมษายน
1. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) และทีมดำเนินงาน ลงพื้นที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2
2. อบรมกิจกรรม Re-skill / Up Skill (วันที่ 22-24 เมษายน)

แผนการดำเนินงานในลำดับต่อไป
เดือนพฤษภาคม
1. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) และทีมดำเนินงาน ลงพื้นที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2
2. สํารวจพื้นที่เพื่อศึกษาดูงานนอกสถานที่ด้านการพัฒนาท้องถิ่น
3. ประชุมคณะกรรมการดำเนินโครงการ (ทีมกลาง) ครั้งที่ 4 และให้ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) รายงานความก้าวหน้าในการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณ ครั้งที่ 1

มิถุนายน
1. ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (PM) และทีมดำเนินงาน ลงพื้นที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2
2. ศึกษาดูงานนอกสถานที่ด้านการพัฒนาท้องถิ่น

2567
ก.ค.-ก.ย.

1. ผู้ประกอบการ 30 ผลิตภัณฑ์/จังหวัด (ผลิตภัณฑ์เดิม 25 ผลิตภัณฑ์ และ ผลิตภัณฑ์ใหม่ 5 ผลิตภัณฑ์)
2. สัดส่วนที่ GPPเพิ่มขึ้น
3. ร้อยละรายได้ของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10

งาน Thai x China SMEs-Start up 2024 ขับเคลื่อนด้วยเครือข่ายสถานสัมพันธ์ไทย-จีน ผ่านเทคโนโลยี ดิจิทัล ระหว่างวันที่ 29-31 มีนาคม 2567 ณ ศูนย์การค้า JJ Mall ลานโปรโมชั่น ชั้น 1



หัวข้อการฝึกอบรมฯ

1. “Soft Power” กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
2. ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการส่งเสริมการตลาด
3. ขยายยังงให้ปังด้วยแพลตฟอร์มTik Tok
4. การโปรโมทสินค้าให้ปัง ด้วยแพลตฟอร์ม Tik Tok

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

1. ผู้เข้าร่วมอบรม 67 คน (คำสั่งที่ 850/2567) เข้าร่วมฝึกอบรมครบทุกคนคิดเป็น ร้อยละ 100
2. เกิดความรู้และมโนทัศน์ เกี่ยวกับ “Soft Power” กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
3. เกิดความเข้าใจมาตรฐานผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มประเภท OTOP ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
4. แต่ละผลิตภัณฑ์ สร้าง Tik Tok Account #VRUOTOP สำหรับใช้โปรโมทกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์

หมายเหตุ : สาว. อยู่ระหว่างดำเนินการให้แต่ละผลิตภัณฑ์ดำเนินการสรุปลงความรู้ที่เกิดจากการอบรม และการนำไปใช้ประโยชน์ในผลิตภัณฑ์ของตนเอง

